



**Pengembangan UMKM Melalui Inovasi Produk Barokah 717 Di Desa Ambulu  
Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo**

*MSME Development through Barokah Product Innovation 717 in Ambulu Village,  
Sumberasih District, Probolinggo Regency*

Syahwa Ramadhan<sup>1</sup>, Maharani Ikaningtyas<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gunung Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur  
Email : [syahwa.ramadhan2000@gmail.com](mailto:syahwa.ramadhan2000@gmail.com)<sup>1</sup>, [maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

**Article History:**

Received: 26 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 13 Juni 2023

**Keywords:** *Ambulu  
Village, Product  
Innovation, MSMEs.*

**Abstract:** *Ambulu Village is a village in Sumberasih District, Probolinggo Regency which has several MSME actors including potato donut sellers, pastry sellers, food sellers, caterers, and others. This research focuses on the development of product innovation at Barokah 717 SMEs in Ambulu Village. UMKM Barokah 717 is one of the UMKM that produces banana and cassava chips in Ambulu Village, Sumberasih District, Probolinggo Regency which is liked by the local community and becomes souvenirs for tourists who are in Probolinggo. Based on the results of interviews with MSME actors, it was found that their products were sold conventionally so that consumers were only in Ambulu Village and its surroundings. Therefore, it is necessary to design product development starting from packaging, branding, to product innovation so that it can expand market share. The results of this research are also expected to improve the community's economy and advance other MSMEs so that they can innovate in producing a higher quality product and are able to penetrate a wider market.*

**ABSTRAK**

Desa Ambulu merupakan suatu Desa di Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo yang mempunyai beberapa pelaku UMKM di antaranya penjual donat kentang, penjual kue kering, penjual makanan oleh – oleh, catering, dan lain – lain. Dalam penelitian ini berfokus pada pengembangan inovasi produk pada UMKM Barokah 717 di Desa Ambulu. UMKM Barokah 717 merupakan salah satu UMKM yang memproduksi keripik pisang dan singkong di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo yang disukai masyarakat sekitar dan menjadi oleh – oleh bagi wisatawan yang sedang berada di Probolinggo. Berdasarkan hasil interview dengan pelaku UMKM tersebut didapatkan bahwa produknya dijual secara konvensional sehingga konsumen hanya lingkup Desa Ambulu dan sekitarnya. Maka dari itu perlu dirancang pengembangan produk mulai dari kemasan, branding, hingga inovasi produk sehingga bisa memperluas pangsa pasar. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dan memajukan UMKM yang lain agar dapat berinovasi dalam memproduksi suatu produk yang lebih berkualitas dan mampu menembus pasar yang lebih luas.

\* Syahwa Ramadhan, [syahwa.ramadhan2000@gmail.com](mailto:syahwa.ramadhan2000@gmail.com)

**Kata Kunci :** Desa Ambulu, Inovasi Produk, UMKM.

## **PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia dalam industri kuliner/makanan mengalami kemajuan yang cukup pesat. Menurut pernyataan Nonto (2011), pertumbuhan bisnis makanan dan minuman terus tercatat sebagai pertumbuhan bisnis yang tinggi di berbagai belahan dunia. Alasan logis tumbuhnya toko kelontong adalah bisnis ini menjanjikan keuntungan besar. Perubahan gaya hidup Indonesia yang lebih konsumtif dan meningkatnya daya beli masyarakat mengakibatkan perubahan kebiasaan konsumsi, membuat masyarakat lebih sering membeli makanan di restoran. (Nina et al., 2022, pp. 365–366).

UMKM adalah usaha kecil yang dimiliki dan dikelola oleh perseorangan atau sekelompok kecil orang dengan aset dan pendapatan yang besar baik di pedesaan maupun di perkotaan. Menghadapi perkembangan zaman yang semakin maju seperti saat ini, sebuah perusahaan atau UMKM harus mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman agar perusahaan dapat bertahan, terus berkembang dan bersaing dengan persaingan. (Kurniawan et al., 2023, pp. 54–55).

Di era digital saat ini, sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan pendapatannya. Inovasi di masa pandemi ini sangat penting dan bermanfaat bagi perkembangan bisnis para pelaku UMKM karena menciptakan bisnis yang sangat diminati konsumen dan menjadi ancaman bagi kompetitor lainnya. Perusahaan dapat tumbuh dengan cepat dengan membawa ide – ide kreatif dan juga dengan inovasi dalam implementasi teknologi, memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan baik di pasar global. (Rachma et al., 2021, p. 236).

Untuk berhasil dalam persaingan perusahaan, perusahaan dan UMKM harus mampu menghadirkan produk yang berkualitas. Pengusaha membutuhkan keterampilan khusus, keterampilan desain, penanganan yang unik dan kemampuan untuk menghadirkan produk yang terbaru untuk dapat bersaing di pasar. Konsumen akan setia dan terus menggunakan produk barang maupun jasa ketika mereka merasa puas. Salah satu ciri kepuasan konsumen adalah tingkat kualitas produk, karena sangat penting tingkat kepuasan konsumen dalam memenangkan persaingan pasar. Konsumen yang puas mengarah pada loyalitas, yang berdampak positif jangka panjang pada siklus hidup perusahaan dan menjaga perusahaan dalam posisi matang untuk jangka panjang. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan

perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan barang atau jasa yang telah dibelinya. (Londong, D., 2012). (Dahmiri et al., 2021, p. 434).

Inovasi produk merupakan faktor penting dalam UMKM. Inovasi bisa datang dari mana saja dan siapa saja bisa mewujudkannya. Inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, perusahaan kecil pun harus melakukan inovasi untuk kelangsungan kegiatan usahanya. Dwanto dkk. (2014:68) “Perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting, yaitu penciptaan nilai pelanggan (*customer value*) dan inovasi.” (Herman & Nohong, 2022, p. 3)

Ide inovasi memainkan peran yang penting dalam suatu kegiatan usaha. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak kesuksesan dapat diraih oleh seorang pebisnis yang diawali dengan adanya kreativitas untuk mendapatkan inovasi suatu peningkatan produk bisnis/usahanya. Kekuatan kreatif ini harus didasarkan pada pemikiran maju, ide dan produk baru selain yang sudah ada. Jika seorang pengusaha mampu memaksimalkan kreativitasnya untuk berinovasi dan berkreasi, maka perusahaan yang dikelolanya harus memiliki tampilan yang berbeda dan unik dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. (Nani et al., 2022, p. 24).

Pentingnya kreativitas dan inovasi sering disalahpahami. Walaupun kedua hal ini berbeda tetapi saling berkaitan. Kreativitas adalah menghasilkan ide – ide baru dan menemukan suatu hal baru tentang masalah dan peluang. Inovasi adalah kemampuan untuk mendapatkan solusi terhadap masalah dan peluang. Kreativitas adalah mencari cara baru yang inovatif, kualitas yang mengimplementasikan solusi kreatif. Menjadi kreatif tapi tidak inovatif tidak ada gunanya karena ide hanyalah pemikiran tanpa adanya tindakan yang nyata. (Nani et al., 2022, pp. 24–25).

Desa Ambulu merupakan daerah yang berada di Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. Desa Ambulu memiliki 5 Dusun yaitu Dusun Damaran, Dusun Talang, Dusun Krajan, Dusun Tengah, dan Dusun Keramat. UMKM Barokah 717 beralamat di Dusun Damaran RT 01/RW 01, Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. UMKM ini memproduksi keripik pisang, keripik singkong, kopi bubuk, jamu, jahe bubuk, dan VCO. Pemilik Usaha UMKM Barokah 717 yang bernama Ibu Sriyani ini sudah mempunyai konsumen khususnya untuk produk keripik pisang dan keripik singkong namun kebanyakan konsumen berasal dari masyarakat Desa Ambulu dan Sekitarnya. Sistem penjualan hanya dengan menitipkan produknya ke warung – warung dan pusat oleh – oleh. Produk keripik pisang dan keripik singkong merupakan produk yang masih baru. Maka dari itu produk UMKM

keripik Barokah 717 masih perlu adanya pengembangan agar produk tersebut dapat mencakup konsumen yang lebih luas. Salah satu program peneliti adalah dengan mengembangkan keripik singkong dan keripik pisang agar memiliki nilai lebih yaitu dengan mengembangkan branding, pengemasan, varian rasa, dan label produk.

Penelitian ini didasarkan dari beberapa literatur terdahulu terkait inovasi produk. Berikut merupakan beberapa referensi literatur terdahulu. (Munzi et al., 2023) terkait pengembangan dan inovasi produk UMKM keripik pangsit dua putra di Desa Kiara Kecamatan Cilamaya Kulon yang berfokus pada produk UMKM keripik pangsit dua putra dengan melakukan branding, penambahan varian rasa, hingga mempromosikan ke media *marketplace* seperti shopee. Selain itu dijelaskan bahwa kegiatan tersebut diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih baik bagi pelaku UMKM di Desa Kiara. (Nani et al., 2022) terkait inovasi dan kreativitas usaha keripik singkong Ibu Imah Rosyidah di Masa Pandemi Covid – 19 yang berfokus pada usaha keripik singkong Ibu Imah Rosyidah yang terdampak akibat Covid – 19 sehingga terjadi penurunan produksi akibat menurunnya permintaan konsumen. Oleh sebab itu perlu adanya pengembangan terhadap keripik singkong Ibu Imah Rosyidah.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung dengan pelaku usaha UMKM Barokah 717. Penelitian ini dilakukan dengan survei lokasi UMKM, mencatat, persiapan kegiatan pengembangan produk, dan pelaksanaan kegiatan. Data yang diperoleh dari UMKM Barokah 717 dapat dijadikan kesimpulan permasalahan yang dihadapi terkait pengembangan inovasi produk pada UMKM Barokah 717 di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Kegiatan Inovasi Produk**

Kegiatan inovasi produk UMKM Barokah 717 di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo yang dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada tanggal 18 Mei 2023. Adapun beberapa rangkaian kegiatan inovasi produk Barokah 717 sebagai berikut :

**a. Wawancara Dengan Pelaku UMKM Barokah 717**

Peneliti melakukan survei lokasi dan juga mewawancarai pelaku usaha UMKM Barokah 717 terkait dengan produk baru berupa keripik pisang dan keripik singkong. Sehingga didapatkan kesimpulan permasalahan pengembangan produk keripik pisang dan keripik singkong tersebut. Dokumentasi wawancara dapat dilihat pada **Gambar 1**.



**Gambar 1. Wawancara dengan pelaku UMKM Barokah 717**

**b. Membuatkan Label Produk**

Logo produk merupakan salah satu hal yang penting dalam suatu produk bisnis karena sebagai identitas produk agar dapat diingat maupun dikenali oleh calon konsumen. Penambahan desain logo produk diharapkan mampu menambah daya tarik calon konsumen keripik singkong dan keripik pisang. Dalam pembuatan logo produk sudah tercantum logo halal beserta ID halal sehingga calon konsumen tidak perlu meragukan lagi. Desain logo prooduk keripik pisang dan keripik singkong dapat dilihat pada **Gambar 2**.



**Gambar 2. Desain Logo Produk**

### c. Kegiatan Inovasi Produk

Peneliti melakukan inovasi produk terhadap keripik pisang dan keripik singkong dengan melakukan penambahan jenis rasa baru. Jenis rasa baru ini diharapkan mampu menarik lebih banyak konsumen dari beberapa segmen pasar. Penambahan varian rasa baru ini berupa keripik pisang coklat dan keripik singkong balado. Proses pencampuran rasa ke keripik singkong balado dilakukan dengan cara dimasukkan ke dalam wadah toples kemudian masukan bumbu balado beserta keripik singkong, selanjutnya *mix* dan aduk secara perlahan. Proses pencampuran dapat dilihat pada **Gambar 3**.

Proses pencampuran rasa ke keripik pisang coklat dilakukan dengan cara dimasukkan ke dalam wadah (peneliti menggunakan kuali) kemudian *glaze* coklat dioleskan ke keripin pisang secara merata. Proses pencampuran dapat dilihat pada **Gambar 4**.

Setelah proses pencampuran selesai selanjutnya memasukkan keripik ke dalam kemasan *standing pouch* ukuran besar. Kemasan dapat dilihat pada **Gambar 5**.



**Gambar 3. Proses Pencampuran Pada Keripik Singkong**



**Gambar 4. Proses Pencampuran Pada Keripik Pisang**



**Gambar 5. Proses Memasukkan Keripik Kedalam Kemasan**

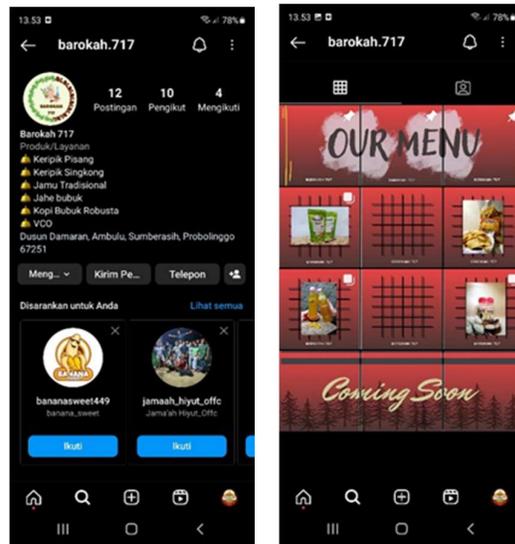
**d. Membuat Akun Instagram**

Tahap terakhir dalam inovasi produk UMKM Barokah 717 ialah membuat akun media sosial melalui instagram yang bernama barokah.717 dengan harapan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu juga dibuatkan logo UMKM Barokah 717 sebagai identitas usaha yang memiliki filosofi sebagai berikut :

- a) Lingkaran bermakna semua produk yang ada terpusat dan tidak dapat terpisahkan dalam usaha ini dan salah satu penunjang usaha ini berdiri.
- b) Biji kopi yang berada dilingkar menggambarkan salah satu produk usaha tersebut yaitu kopi bubuk arabica.
- c) Daun hijau atau daun singkong menggambarkan salah satu produk usaha tersebut yaitu singkong yang diolah menjadi keripik.

- d) Kumpulan produk yang berada di satu titik tersebutlah merupakan produk lainnya yang terjual di UMKM ini. Macam produknya yaitu ada jahe bubuk, jamu tradisional, keripik pisang, dan VCO.
- e) Tulisan barokah 717 merupakan nama dari usaha UMKM ini yang berada di Desa Ambulu.

Akun instagram dan logo UMKM Barokah 717 dapat dilihat pada **Gambar 6** dan **Gambar 7**.



**Gambar 6.** Akun Instagram UMKM Barokah 717



**Gambar 7.** Logo UMKM Barokah 717

## KESIMPULAN

Daerah di Kabupaten Probolinggo tepatnya di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih masih memiliki beberapa UMKM. UMKM yang didukung oleh mahasiswa adalah UMKM Barokah 717 yang berfokus pada inovasi produk keripik singkong dan keipik prisang. Melalui teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung pada UMKM Barokah 717 mendapatkan kesimpulan permasalahan yang akan dihadapi. Dalam kegiatan inovasi produk tersebut mahasiswa membantu menciptakan varian rasa baru, membuat desain logo keripik, dan juga membuat akun instagram untuk mempromosikan produk UMKM Barokah 717. Kegiatan pengembangan UMKM melalui inovasi produk Barokah 717 di Desa Ambulu mempunyai dampak yang positif bagi UMKM Barokah 717. Sehingga diharapkan mampu mendorong UMKM yang lain untuk terus berinovasi pada produknya. Dari pengamatan langsung di lapangan masih banyak UMKM yang belum berinovasi terhadap produknya sehingga diperlukan perhatian maupun mengadakan pelatihan dan pendampingan inovasi produk.

## REFERENSI

- Nina, Y., Hineho, R., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Kuliner Ayam Geprek Di Era Pandemi Covid-19 Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 365–373. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/15045>
- Kurniawan, A., Saputra, S., Fitriastuti, F. W., Murdiyani, I., Mauza, A., Anggraeni, N. K., Wijayanti, S. N., Novanti, N. T., Sthil, T., & Faiq, N. R. (2023). PENGEMBANGAN UMKM KERIPIK TALAS DI DESA PUCANG AGUNG UNTUK MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0 DEVELOPMENT MSMEs OF KERIPIK TALAS IN PUCANG AGUNG VILLAGE TO FACE.
- Rachma, A., Purwinarti, T., Mariam, I., & Jakarta, P. N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur). *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 19, 235–243. <https://covid-19.bps.go.id/>,
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.401>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Munzi, G. G., Abdillah, B., Agustin, D., Herawati, E., Safitri, N. W., Santoso, T., Bustami, T. P., & Tsania, B. (2023). Page 1533. 1533–1538.
- Nani, N., Hindriari, R., & Sulaeman Anhari, A. (2022). Inovasi dan Kreativitas Usaha Keripik Singkong Ibu Imah Rosyidah di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 3(1), 23–38. <https://doi.org/10.33753/ijse.v3i1.74>